Colección "Producciones Radiofónicas en Derechos y Ciudadanía"

Guía 1



Género dramático:

10 pasos para hacer un radioclip

Una producción de Radialistas Apasionadas y Apasionados con el apoyo de HIVOS

Índice

Créditos

Esta guía forma parte de la Colección “Producciones Radiofónicas en Derechos y Ciudadanía” y se producen en el marco del proyecto “*Radioteca Derechos y Ciudadanía*” realizado por la Fundación Radialistas para el Desarrollo Social (Radialistas Apasionadas y Apasionados) en colaboración con HIVOS.

Código de proyecto: RO-SAM at HO-1007303
Redacción: José Ignacio López Vigil
Diagramación: Santiago García Gago
Imagen portada: Elenco de actores de Radialistas en Lima, Perú.
Icon Set: Aleksandra Wolska. http://olawolska.com/

Radioteca: Red Social de Radialistas
http://radioteca.net

Radialistas Apasionadas y Apasionados
http://radialistas.net

Hivos: People Unlimited
http://hivos.org/

Mayo, 2014.
Quito, Ecuador.

Introducción

El género dramático es muy amplio. Abarca desde una radionovela de muchos capítulos y un numeroso elenco de actores y actrices hasta una escenita breve con un par de personajes. Por eso, en esta guía no queremos ser tan ambiciosos. Vamos a concentrarnos en un formato moderno y al alcance de todos y todas: los RADIOCLIPS.

El RADIOCLIP es muy versátil. Toda la riqueza del lenguaje radiofónico cabe en él. Resulta, entonces, especialmente adecuado para estimular la imaginación de tantos radialistas que se han creído el cuento de que la radio es solo "música y noticias". Y han olvidado los dramatizados, género con que se estrenó la radiodifusión y que sigue siendo el más gustado entre las audiencias populares. Y las no tan populares.

En esta guía encontrarás pautas muy concretas para realizar un buen radioclip. Aunque no son una receta de cocina, te invito a que las sigas, paso a paso, hasta que las domines bien. Luego, cocinarás sin guía. ¡Buen provecho!

José Ignacio López Vigil
Radialistas

1. Lenguaje radiofónico

Vamos a aprender a hacer radio. Para ello, debemos conocer y dominar el lenguaje radiofónico. Y dentro de ese lenguaje, nos vamos a aventurar en el lenguaje propiamente dramático, el de los radioteatros, el de los radiocuentos, el de los radioclips. Pero comencemos por el comienzo.

La radio es sólo sonido, sólo voz. Pero una voz triple:



La voz humana, expresada en palabras. Voces de locutores, de animadoras, artistas, periodistas, entrevistadoras y entrevistadas, reporteros y reporteados.



La voz de la naturaleza, del ambiente, los llamados efectos de sonido. Porque en el mundo, además de mujeres y hombres, también habla el viento y el mar. Hablan los animales, rugen los motores, chirrían las puertas. Aguza los oídos y escucharás a tu alrededor todo un escenario sonoro.



Y la voz del corazón, que se expresa a través de la música. Melodías tristes y alegres, temas que pacifican y otros enervantes. Músicas con guitarra, con flautas o con tambores. Cada sentimiento humano tiene su ritmo y su cadencia.

Palabras, efectos, música. ¿Cuál de las tres voces es más importante? Las tres. Por supuesto, las palabras mandan y dan el sentido. Las palabras humanas son las principales portadoras del mensaje. Pero estas palabras ganan “color” con los efectos. No es lo mismo hablar de la guerra que escuchar el ruido de las bombas. Y ganan “calor” con la música. ¿Qué sería de una escena romántica sin unas notas musicales en segundo plano?

Efectos, música, palabras. Tres códigos complementarios para hablar a la imaginación de la audiencia. Porque el lenguaje radiofónico es eso, imaginación. Transmitir imágenes auditivas. Hacer ver con palabras.

Música, palabras, efectos. No hay más. Con estas tres voces se preparan todos los platillos. Estos son los únicos ingredientes en la cocina radiofónica. La creatividad al combinar y recombinar estos tres elementos producirá los diferentes géneros y formatos radiofónicos.

2. Géneros y Formatos

Antes, llegabas a una emisora y encontrabas tres ambientes bien definidos: el estudio de grabación para el elenco dramático, la sala de prensa para los periodistas, y la discoteca. Los tres géneros fundacionales de la producción radiofónica fueros ésos: DRAMÁTICO, PERIODÍSTICO y MUSICAL.

Acerquémonos un poco más a estos tres grandes géneros que han articulado el trabajo de la radiodifusión desde sus inicios.

2a. Género dramático

El género dramático tiene relación con los valores, con la ética. ¿Quién tuvo la culpa, quién tiene la razón? ¿Quién es el malo y quién el bueno?

El drama es un género de "ficción". Muchas veces se inspira en hechos reales, pero trabaja con "lo que podría pasar". Eso sí, aunque estemos en el terreno de la imaginación, la acción que se representa debe ser "verosímil", pudo haber pasado. Debe ser creíble.

En cuanto a los formatos, es decir, las "formas" concretas de producir dramatizados, diremos que son bastantes y variados:

- En la FORMA TEATRAL, tenemos los radioteatros, radionovelas, series, sociodramas, sketches cómicos, personificaciones, escenas, diálogos y monólogos de personajes...

- En la FORMA NARRATIVA, están los cuentos, leyendas, tradiciones, mitos, fábulas, parábolas, relatos históricos, chistes...

- En las FORMAS COMBINADAS (cuando se cruza con otros géneros), aparecen las noticias dramatizadas, cartas dramatizadas, poemas vivos, historias de canciones y radioclips, testimonios con reconstrucción de hechos...

2b. Género periodístico

El género periodístico se vincula con la realidad, con los acontecimientos concretos. ¿A quién le ocurrió qué? La noticia quiere alcanzar la verdad de los hechos.

Estamos ante un género documental: se muestra y se demuestra "lo que ha pasado". La información que se presenta debe ser "verídica".

El género periodístico también abarca muchos FORMATOS:



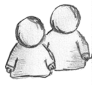
En el PERIODISMO INFORMATIVO están las notas simples y ampliadas, crónicas, semblanzas, boletines, entrevistas individuales y colectivas, ruedas de prensa, reportes y corresponsalías...



En el PERIODISMO DE OPINIÓN tenemos comentarios y editoriales, debates, paneles y mesas redondas, encuestas, entrevistas de profundidad, charlas, tertulias, polémicas...



En el PERIODISMO INTERPRETATIVO y de INVESTIGACIÓN el formato que más se trabaja es el reportaje.



En el PERIODISMO DE INTERMEDIACIÓN son los programas de denuncias, altamente interactivos, los que prevalecen.

2c. Género musical

Si los géneros anteriores se ocupaban de la bondad y la verdad, el género musical tiene relación con la belleza, con la estética, la expresión más pura y espontánea de los sentimientos. ¿Qué motivos no se motivan con unos melancólicos acordes? ¿Qué amor no se canta, qué despecho no se transforma en tango o en ranchera?

El género musical se puede dividir en diferentes subgéneros, los mismos que sirven para clasificar ordinariamente nuestras discotecas: MÚSICA POPULAR, CLÁSICA, MODERNA, BAILABLE, FOLKLÓRICA, INSTRUMENTAL, INFANTIL, RELIGIOSA...

También son múltiples son los FORMATOS del género musical: programas de variedades musicales, estrenos, música del recuerdo, programas de un solo ritmo, programas de un solo intérprete, recitales, festivales, rankings, complacencias...

3. ¿Y los RadioClips?

En esta pequeña guía, vamos a aprender a producir un formato sencillo, corto, que hemos llamado "radioclip". La ventaja de este formato es su versatilidad. En él puedes incluir elementos dramatizados, periodísticos y musicales. Los tres grandes géneros mencionados se dan cita a la hora de elaborar un radioclip. Por eso, nos va a resultar especialmente útil para iniciarnos en la riqueza del lenguaje radiofónico.



¿Qué es un radioclip? ¿Cómo podríamos definirlo y cómo lo podemos realizar? Digamos que un "clip" es eso, un sujetapapeles. Pero en inglés, la palabrita quiere decir muchas otras cosas: un tijeretazo, un corte, un recorte, un segmento, un fragmento, la escena de una película.

Los "videoclips" ya son famosos. Ilustran una canción con cortes rápidos, a veces frenéticos. ¿Qué serían, entonces, los "radioclips"? El oído, desde luego, tiene otro ritmo. Es más ordenado, más secuencial, menos acelerado que la vista.

Veamos las características indispensables de este moderno formato que llamamos "radioclip":

Breve. Un radioclip es un microprograma y, como tal, debe ser corto. Hablemos de tres, cuatro, máximo cinco minutos. Ahora bien, en la radio como en la vida, el tiempo el relativo. (No dura lo mismo un minuto detrás de la puerta del baño que esperando afuera.)

Variado. Para que ese tiempo breve se haga más breve aún, echaremos mano de todos los recursos que nos permite el lenguaje radiofónico: narración, escenitas dramatizadas, locuciones cortas y entrecortadas, datos informativos, efectos sonoros, efectos técnicos, música, golpes y cortinas musicales...

Sorpresivo. Como el tiempo es corto, el radioclip debe captar la atención del público desde el título. Desde los primeros segundos. Esto exige que el libreto sea original, creativo, con mucho ritmo, que no permita la distracción. Un radioclip aburrido es como un partido de fútbol sin pelota.

Dinamizador. Los radioclips pueden usarse solos. Pero también pueden servir como dinamizadores de un tema en una radiorevista, en un debate, en espacio educativos, hasta en un informativo.

Por cierto... ¿quién inventó este formato?
No lo sabemos. Pero fue RADIALISTAS quien le puso el nombre. Y bien pegado quedó.



Taller de dramatizados celebrado en Quito, Ecuador.

4. Diez pasos para hacer un RadioClip

PRIMER PASO:
DECIDIR EL TEMA Y EL OBJETIVO

Antes que nada, reprenderte: ¿qué quiero decir? ¿Cuál es el tema que voy a desarrollar? Si esto no está claro, nada podremos avanzar.

Como nuestra tendencia es a divagar, a perdernos en generalidades, algunos radialistas se obligan a escribir, a formular en una línea la idea central que quieren trabajar en el radioclip. La idea. Una sola. No cuatro ni dos. Una idea central y precisa. No pretendas explicar la economía mundial ni la teoría de género en un micro de pocos minutos. Recuerda que quien mucho abarca poco aprieta.

Por ejemplo, quiero hablar sobre:

-La importancia de la seguridad alimentaria.

Excelente. Bien definido. Pero, ¿qué quiero decir sobre ese tema? Porque un mismo tema puede ser enfocado desde múltiples ángulos. El tema es el "objeto" a tratar. Ahora falta el "objetivo", es decir, la finalidad, a dónde quiero ir a para con ese tema.

Por ejemplo:

-Los biocombustibles atentan contra nuestro derecho a la alimentación.

Pero también podría ser:

-Las semillas transgénicas atentan contra esa seguridad.

O también:

-Tenemos derecho a una alimentación sana y no comida chatarra.

Ahí tenemos tres enfoques distintos. Los tres son válidos y los tres tienen una intencionalidad educativa. En RADIALISTAS no creemos en "el arte por el arte". Hacemos radio porque le apostamos a otro mundo posible, a una sociedad más justa y equitativa, una sociedad mejor repartida donde a nadie le sobre lo que a tantos les falta.

Volvamos a nuestro radioclip. Con cualquiera de esos tres objetivos señalados podemos hacer nuestro programa. ¿Y el público al que nos dirigimos? Esta pregunta es igualmente decisiva, pero entendemos que ya la tienes respondida. Tu emisora tiene una audiencia bien definida y a esa audiencia se dirige la producción que vamos a realizar.

Sin embargo, el público que nos va a escuchar depende mucho del horario en que transmitamos el radioclip. ¿Tendremos una audiencia más campesina o más de ciudad?¿Será un espacio más femenino, más masculino? ¿Un horario más adulto o más juvenil? ¿O infantil? ¿Qué sector social es el que más escucha nuestra emisora a esa hora?

Esto tiene bastante importancia porque si sabemos a quienes nos dirigimos con prioridad, podremos pensar los argumentos que más les pueden convencer.

Precisado el tema, el objetivo y el público, ya podemos dar el segundo paso.

SEGUNDO PASO:
BUSCAR DATOS Y ARGUMENTOS

Se trata de conocer más sobre el tema escogido para tener datos verificados y argumentos bien razonados. Aunque un radioclip no es un reportaje, que implica mucha investigación periodística, ni tampoco un editorial, que supone una toma de posición respecto al asunto abordado, sí necesitamos fundamentar bien las ideas que vamos a desarrollar en el programa.

Datos y argumentos. Con eso es suficiente para darle peso al programa. Revisemos los temas mencionados en el paso anterior.

Por ejemplo, respecto al derecho a los biocombustibles sabemos:

» Que para producir etanol y los biocombustibles se requieren enormes extensiones de tierra.

» Que esas tierras están en los países del Sur y para cultivarlas hay que destruir bosques y sabanas, incluso la Amazonía.

» Que dar de comer a los automóviles mientras cada día en el mundo mueren 30 mil niños y niñas de hambre es una vergüenza.

Respecto a las semillas transgénicas rápidamente podemos averiguar:

» Que son semillas estériles y solo sirven para una cosecha.

» Que la tecnología Terminator es rechazada por los movimientos campesinos y organizaciones sociales.

» Que transnacionales como Monsanto son empresas criminales.

Y respecto a la alimentación sana sabemos:

» Que las papitas y toda esa comida chatarra es fatal para nuestra salud, especialmente la de niños y niñas.

» Que las gaseosas, especialmente las que tienen ácido fosfórico, afectan a los huesos, los riñones, etc.

» Que el tabaco y el alcohol también daña a nuestro organismo.

Y así podríamos seguir encontrando datos y argumentos que nos sirvan para darle peso a nuestro radioclip. No hay que ser exhaustivos. Pero tampoco superficiales.

Hoy en día, con el acceso a internet, tenemos una biblioteca universal al alcance de un clic. No hay ningún pretexto que nos excuse de investigar sobre los temas que queremos desarrollar en nuestros programas.



Investigando para la producción de un Radioclip.

TERCER PASO:
DEFINIR EL GUIÓN

Llegó el momento creativo, cuando tenemos que traducir nuestra idea central en un esquema atractivo. Se trata de pensar el guión, la estructura del radioclip que vamos a libretar más adelante.

Supongamos la primera idea que mencionamos:

Los biocombustibles atentan contra nuestro derecho a la alimentación.

¿Cómo armar un guión atractivo a partir de esta idea? Si comienzas con un "discurso" sobre los derechos humanos y la responsabilidad de los gobiernos, bla, bla, blá... vas derecho al fracaso. Aburrirás desde los primeros segundos. Porque la radio, igual que la vida, nunca parte de ideas abstractas o de considerandos, sino de casos concretos. La radio, igual que la vida, es siempre inductiva: vamos de lo particular a lo general. En un radioclip no nos sirve plantear una premisa general y poner luego un ejemplo. El camino es al revés. Comienza por el ejemplo, por la anécdota, y luego saca las conclusiones generales.

Paulo Freire, aunque no era radialista, resumió mejor que nadie la pedagogía de un buen programa de radio. Él decía: *expresar las ideas a través de los hechos y los hechos a través de las personas.* A nadie impacta "la incongruencia de desviar la producción de alimentos hacia la producción de biocombustibles". Pero nos emociona la anécdota de un pobre mexicano que no puede comer sus tortillas porque ahora son los autos los que se quedan con el maíz.

Podemos contar, entonces, la historia de ese mexicano. O de otro. O de quien sea. Contar, narrar, relatar. Ese es el camino. El camino de los dramatizados.

En nuestro radioclip, para meterle un poco de humor, no comenzamos con la rabia de ningún mexicano hambriento sino con un diálogo inventado entre el inefable presidente Bush y un asesor suyo. Bush tiene una brillante idea para dar de comer a los automóviles. Armaremos esa escena y luego, con un par de locutores y algunos testimonios, iremos dando los datos investigados sobre el etanol.

Sobre un tema similar, el hambre de tantos seres humanos, se nos ocurrió comenzar el radioclip con un efecto sorpresa:

EFECTO CAMPANAS DUELO

LOCUTOR Solicitamos su atención para guardar un minuto de silencio.

VOZ (SUSURRA) ¿Quién se murió?

OTRA VOZ ¡Psst!

EFECTO RELOJ

LOCUTORA Un minuto. ¿Se te hizo largo?

LOCUTOR Más largo debe haber sido para los 100 nuevos hambrientos que ahora hay en el mundo.

Nota al pie: Ver el radioclip Morir de hambre = Morir asesinado
http://www.radialistas.net/article/morir-de-hambre-morir-asesinado/

El arranque de un radioclip puede variar mucho, puede emplear diferentes recursos. Pero siempre será atractivo, creativo, capturador de la atención del oyente.

Y en el desarrollo del programa puedes dar permiso a la imaginación. Una oyente que interrumpe al locutor de cabina. Un testimonio. Una leyenda. Un segmento de entrevista. Una personificación (un animal que habla, un árbol que protesta). Deja que la musa de la inspiración se te pose en el hombro. Y que salte la chispa de la creatividad.

Ya tenemos el esquema en la cabeza. ¡A escribir el libreto!

CUARTO PASO:
ESCRIBIR EL LIBRETO

Estamos frente a la página en blanco. Ahora es cuando, como decía el clavadista antes de lanzarse del trampolín. Ahora hay que imaginar los personajes que van a aparecer en el libreto. ¿Qué hacer? No escribas nada. Primero, escucha. Cierra los ojos y ve en tu mente a los personajes que van a aparecer en el libreto. *Escribir escuchando a los personajes,* ese es el truco. Esta pauta facilita tanto la redacción del libreto como la interpretación posterior.

Como un radioclip es corto, no emplees muchos personajes. Con dos o tres es suficiente. Tampoco compliques mucho la escena. Piensa un título atractivo y ponte a escribir.

Conozcamos el radioclip sobre los biocombustibles:

AUTOMÓVILES HAMBRIENTOS

EFECTO CARRO

ASESOR Pero piense algo, señor presidente...

BUSH Eso es lo que más me cuesta, créame...

ASESOR No sé, alguna solución... El precio del petróleo sigue subiendo... Ya invadimos Irak... ¿qué otro país podríamos invadir?

BUSH ¡Tengo una idea, tengo una idea!

ASESOR Al fin una... ¿Y cuál es esa idea, presidente Bush?

BUSH La solución se llama "biocombustibles".

ASESOR ¿Biocombustibles? ¿Ese alcohol que sale del maíz, de la soya?

BUSH Exacto. Hasta ahora los automóviles han comido petróleo. Deben estar ya aburridos. Hay que cambiarles la dieta.

HOMBRE Pero si los autos empiezan a comer maíz... ¿qué comerá la gente? ¿Petróleo?

BUSH Esa pregunta no me interesa. Lo importante es nuestra industria. Lo importante es dar de comer a nuestros hambrientos automóviles, camiones, camionetas, motos, motocicletas, a mi querido Ford... ¡great, great!

CONTROL GOLPE MUSICAL

LOCUTORA Los biocombustibles. El etanol. El nuevo truco norteamericano para empobrecer todavía más a los países pobres.

LOCUTOR ¿Sabía usted que los cereales que se necesitan para llenar el tanque de una camioneta podrían alimentar a una persona durante un año entero?

LOCUTORA ¿Sabía usted que para mantener con etanol el estilo de vida norteamericano se necesitarían cinco planetas como la Tierra sembrados íntegramente de soya, de maíz o de caña de azúcar?

CONTROL GOLPES MUSICALES

LOCUTOR Para producir biocombustibles se necesitan enormes extensiones de tierra.

LOCUTORA Esas tierras se encuentran en los países del Sur.

LOCUTOR Para cultivarlas, hay que destruir bosques y sabanas, incluso la Amazonía.

LOCUTORA Más tierras para biocombustibles significa menos tierras para alimentos.

LOCUTOR Lo cual multiplica el precio de los alimentos.

LOCUTORA Lo cual provoca hambre y revueltas sociales como las ocurridas recientemente en Haití.

EFECTO BULLA DISPAROS

LOCUTORA Dar de comer a los automóviles mientras la mitad de los seres humanos pasa hambre. Una vergüenza.

MEXICANO En México sabemos de esto. Ahora exportamos maíz para el etanol de lo carros gringos... y los precios del maíz para nuestras tortillas aumentaron un 400 por ciento. ¿Se da cuenta?

LOCUTORA Dar de comer a los automóviles mientras cada día en el mundo mueren 30 mil niños y niñas de hambre. Una vergüenza.

BRASILERO La cosa no es tan dramática, mi amiga. Escuche. Brasil piensa que si los agricultores pobres usan las tierras para producir etanol luego tendrán dinero para comprar alimentos, ¿entiende?

LOCUTORA ¿Y por qué no producen alimentos en esas mismas tierras y resuelven más rápido?

LOCUTOR Tierra para los campesinos y campesinas sin tierra en Brasil y en América Latina y en África.

LOCUTORA Tierra y créditos y semillas que no sean transgénicas.

LOCUTOR Tierra para alimentar a la gente y no a los automóviles.

MUJER Un momento, señor periodista. Yo he oído que el etanol es una energía limpia, que es la solución para combatir el calentamiento global. ¿O no?

LOCUTOR Eso dicen los norteamericanos y los europeos. Pero es falso. Las refinerías de etanol contaminan el ambiente igual o peor que la quema del petróleo.

CONTROL MÚSICA DRAMÁTICA

LOCUTORA El ministro de finanzas de la India, Palaniappan Chidambaram, declaró:

MINISTRO Cuando millones de personas pasan hambre, desviar la producción de alimentos hacia la producción de biocombustibles es un crimen contra la Humanidad.

Nota:
Véase la grabación en:
http://www.radialistas.net/article/automoviles-hambrientos/
Bibliografía: Silvia Ribeiro, Agrocombustibles versus soberanía alimentaria:
http://www.defensahumanidad.cult.cu/artic.php?item=2348

Este radioclip dura cuatro minutos. A pesar de su brevedad, se dan bastantes datos y argumentos contra los biocombustibles. Es provocativo y original.

Veamos otros libretos a partir de los otros objetivos antes mencionados. Por ejemplo, el de las semillas transgénicas:

SEMILLAS TERMINATOR

CONTROL MÚSICA LATINOAMERICANA

LOCUTOR ¿Sabes cuántas variedades de papa se cultivan en el mundo?

MUJER ¡Cinco mil!... Sólo en el Perú, se encuentran alrededor de tres mil.

LOCUTORA ¿Sabes cuántas variedades de maíz hay en América Latina?

HOMBRE ¡55 variedades!... Los aztecas, los mayas y los incas basaban su alimentación en el maíz y lo cultivan desde hace 5 mil años.

CONTROL MÚSICA CHINA

LOCUTOR ¿Sabes el número de variedades de arroz que los campesinos y campesinas de Asia han sembrado durante siglos?

MUJER Increíble, pero cierto... ¡140 mil variedades de arroz!

CONTROL RÁFAGA MUSICAL

GRINGO (BURLÓN) Oh, my dear... Todo eso pronto será historia. Se acabará.

CAMPESINA ¿Cómo dice, señor?

GRINGO Lo que oye, señora. Tecnología moderna ha creado mejores plantas, con insuperables propiedades. Arroz, papa, maíz, soya que ya tienen incorporadas vitaminas, minerales, proteínas, pesticidas, abonos...

CAMPESINA ¿No me diga?... Usted es un vendedor y nos quiere engañar.

GRINGO ¿Mentiroso yo? Para que se convenza, le regalo estas semillitas. Siémbrelas y verá verdadero milagro.

CAMPESINA No, señor. No las quiero. Nosotras las campesinas guardamos las mejores semillas de cada cosecha desde los tiempos de nuestros abuelos. Y nuestras plantas son hermosas y dan buenos frutos.

GRINGO ¡Señora, por favor!... ¿Guardar semillitas? Ya no será necesario. Ya vienen, ya están aquí, las mejores semillas mejoradas.

CAMPESINA ¿Mejores que mis semillas?

GRINGO (BURLÓN) Escuche. Abra bien sus oídos. Nuestras nuevas semillas rendirán diez, veinte, treinta, cien veces más que la suya. No se enferman, resisten insectos, hongos. Ninguna hierba mala crecerá alrededor de ellas. ¡Una revolución!

CONTROL PELÍCULA TERMINATOR

LOCUTORA En el planeta, hay cincuenta mil plantas comestibles. Pero sólo cuatro —arroz, maíz, trigo y soya— aportan la mayoría de las calorías y las proteínas que consume la población mundial.

LOCUTOR Sobre estas cuatro plantas, la industria genética ha puesto sus ojos y sus dólares.

LOCUTORA Han fabricado semillas estériles de arroz, maíz, trigo y soya.

LOCUTOR Son conocidas como "Terminator", semillas transgénicas que sólo sirven para una cosecha, que no germinan si se vuelven a plantar, que no se pueden guardar, que obligan a los agricultores a comprarlas cada año.

CONTROL PELÍCULA TERMINATOR

GRINGO ¡Nuestras empresas Syngenta, Monsanto, Dupont y el Departamento de Agricultura de Estados Unidos ponen la biotecnología al servicio de la humanidad!

EFECTO APLAUSOS

CAMPESINA ¿Biotecnología? Diga mejor bioesclavitud.

LOCUTOR Exactamente. Porque 1,400 millones de agricultores y agricultoras, los más pobres del mundo, dependen de sus semillas conservadas para la siembra del año siguiente.

CONTROL PELÍCULA TERMINATOR

LOCUTORA Las semillas son el primer eslabón de la cadena alimentaria.

LOCUTOR Si las semillas Terminator se comercializan y difunden, unas pocas empresas trasnacionales controlarán la alimentación del mundo.

LOCUTORA Y lo más tenebroso es que las patentes de estas semillas estériles no tienen fecha de expiración.

CAMPESINA ¿Saben que les digo a todos los campesinos y campesinas del mundo? Guarden sus semillas naturales y no le crean a ese gringo. ¡Hay que terminar con Terminator!... ¡Hasta la vista, baby!

Nota:
Véase la grabación en:
http://www.radialistas.net/article/semillas-terminator/
Bibliografía: http://www.ecoportal.net/content/view/full/51677
http://www.jornada.unam.mx/2001/05/29/eco-b.html
Véase otro radioclip con la misma temática pero recursos diferentes:
http://www.radialistas.net/article/terminar-con-terminator/

Este radioclip dura cuatro minutos y medio. También incluye mucha información sobre las semillas transgénicas. A pesar de ser un tema trágico para nuestra agricultura, la campesina y el gringo le dan un toque de humor.

Veamos también el tercer enfoque mencionado, el derecho a una alimentación sana. Cuando nos pusimos a pensar en este tema, solo se nos ocurrían lugares comunes: una mamá que le dice a su hijo lo que es bueno y lo que es malo para comer, un médico que orienta a sus pacientes, una clase de nutrición... Hasta que se nos ocurrió una idea más pícara. ¿Y si nos damos un viaje por el interior del cuerpo humano?

LAS DESDICHAS DE JUAN COMILÓN

NARRADORA El cuerpo humano es como un barrio. Un barrio donde hay vecinos y vecinas, gente joven, gente vieja, gente sana, gente enferma... ¿Quieres darte una vuelta por este barrio?

NIÑA ¡Sí, por favor!

NARRADORA Entonces, te voy a hacer pequeña, pequeñita...

EFECTO SONIDO DE BAJADA

NARRADORA ... para que puedas entrar y te enteres de lo que está ocurriendo dentro de un cuerpo humano... el cuerpo de Juan Comilón... ¡vamos, vamos, que te vas a llevar unas cuantas sorpresas!

NIÑA ¡Qué emoción!

CONTROL MÚSICA SUGERENTE

EFECTO LATIDOS DE CORAZÓN

CORAZÓN ¡Ay, ay, ay!... ¡Ya no aguanto!... ¡Ay!

NIÑA Este es el corazón... Pero, ¿por qué se queja tanto, señor corazón? ¿Qué le pasa a usted?

CORAZÓN ¿Que qué me pasa?... ¡Y todavía lo preguntas!... Este Juan Comilón, se acaba de zampar una hamburguesa grasienta, y para colmo la roció con mayonesa, y para más colmo la bañó con salsa de tomate...

NIÑA ¡Qué exagerado!

CORAZÓN Y eso es todos los días... Hamburguesas, pizzas, salchichas... Papas fritas con aceite refrito... Tengo las arterias tapadas de grasa... No me llega sangre limpia, me canso mucho...

NIÑA ¿Y por qué Juan Comilón no come verduras, zanahorias, lechuga?

CORAZÓN Porque dice que él no es conejo ni burro para andar comiendo hierba.

NIÑA Conejo tal vez no, pero burro...

CORAZÓN Un día de estos le voy a dar un susto. A diferencia de los sindicatos, yo sólo hago un paro en la vida.

EFECTO RUIDOS LABORATORIO

ESTÓMAGO No protestes tanto, corazón, que yo estoy peor que tú.

NIÑA Ahora está hablando el estómago... ¿y por qué dice que usted está peor, señor estómago?

ESTÓMAGO Ay, mi niña, si yo te contara... A este Juan Comilón sólo le gustan las gaseosas... Y las gaseosas negras, con ese ácido fosfórico... (ERUCTA)

NIÑA ¿Y por qué no toma un juguito de piña, de mora, una limonada?

ESTÓMAGO Díselo tú, a ver si te hace caso a ti. Pero es que este Juan no entiende que esas gaseosas engordan pero no alimentan...

NIÑA Ahora hay muchos gordos y gorditas... y algunos requetegordos...

ESTÓMAGO ... y es por andar todo el día tomando gaseosas... (ERUCTA)... a mí me tienen lleno de gases... los dientes protestan porque les salen caries... los huesos protestan porque se dañan... pero eso no es lo peor...

NIÑA ¿Y qué es lo peor, don estómago?

ESTÓMAGO Lo peor es que Juan Comilón le echa picante a todo lo que come... picante, mucha sal, muchas salsas... Ya tengo yo una úlcera de este lado, mira... por acá se me va a hacer otro agujero...

NIÑA Sí... ¡qué barbaridad!

ESTÓMAGO ... él dice que la culpa es del jefe en el trabajo que lo pone de mal genio... Pero la culpa es de él que no sabe alimentarse.

HÍGADO Pues yo estoy peor que tú, estómago, y más peor que todos ustedes juntos...

NIÑA ¿Usted, señor hígado?

HÍGADO Sí, yo mismo. Porque este Juan Comilón, además, es Bebelón.

NIÑA ¿Bebelón?

HÍGADO Sí, almuerza con una cerveza, con dos... Termina el trabajo y se echa un trago, dos tragos, tres tragos... Yo estoy cansado, agotado, limpiando el alcohol que este señor se mete todos los días entre pecho y espalda.

NIÑA Creo que voy a terminar mi excursión aquí porque si le pregunto a la vesícula... a los riñones...

PULMÓN (TOSE) Pregúntame a mí... Ven, ven... porque este Juan Comilón y Bebelón... ¡también fuma!

EFECTO MURMULLOS AHOGADOS

CONTROL MÚSICA DE TRANSICIÓN

NARRADORA A ver, niña, cuéntame cómo fue tu excursión por el cuerpo humano.

NIÑA Pobre Juan Comilón... Me da pena... ¿Por qué no le das un consejo?

NARRADORA Pues que se presente de inmediato.

EFECTO SONIDO DE BAJADA

JUAN ¿Quién me llama?

NARRADORA ¿Usted es el mentado Juan Comilón?

JUAN A la orden. ¿En qué puedo servirle?

NARRADORA A mí, en nada. Es usted mismo quien tiene que servirse.

JUAN No la entiendo, señorita.

NARRADORA Dígame, ¿usted quiere a su mujer, a su familia?

JUAN Mucho.

NARRADORA ¿Y también se quiere a usted?

JUAN Muchísimo.

NARRADORA Pues no lo parece.

JUAN ¿Por qué dice eso, señorita?

NARRADORA Porque usted se está suicidando, se está matando a fuego lento.

JUAN ¿Yo?

NARRADORA Sí, usted mismito. Pregúntele a la niña y que ella le cuente.

NIÑA Sí, yo lo visité por dentro y…

JUAN ¿Y?

NARRADORA … y usted está más estropeado que un motor viejo, señor Juan Comilón.

JUAN ¿Estoy muy mal?… Ejem… ¿Me permite salir un momento a… a comprar una gaseosa y unas papitas?

NARRADORA De ninguna manera, Juan Comilón.

JUAN Es que estoy un poco nervioso…

NARRADORA Por esas gaseosas y esas papitas está usted como está.

NIÑA Gordo como un chancho...

JUAN Más respeto, niña. Bueno, dígame qué tengo que hacer.

NARRADORA Aprender a comer sano. Hágalo por su familia. Por usted mismo. Deje esas comidas grasientas, comida chatarra, y coma productos naturales. Comida fresca y no de lata. Comida de nuestra tierra. Así usted podrá vivir muchos años.

JUAN Como que ya me está convenciendo...

NIÑA ¡Pero también deje el trago y el tabaquito!

JUAN No interrumpa, niña... ¿Entonces, señorita?

NARRADORA Entonces, Juan Comilón, usted tiene que cambiar su forma de alimentarse. Su corazón y su hígado y todo su cuerpo se lo van a agradecer! ¡Su familia también!

JUAN Ya me convenció, señorita.

NARRADORA (MEDIA VOZ) Y como bien dice la niña, deje también el trago y el tabaquito. ¿Sí o sí?

Nota:
Véase la grabación en
http://www.radialistas.net/article/las-desdichas-de-juan-comilon/

Este radioclip no necesita mucho comentario porque el texto habla por sí solo. Lo que diría un locutor y una locutora ya está incorporado en las personificaciones de los órganos del cuerpo humano. Este programita, un poco más largo que los anteriores (dura 7 minutos) resulta estupendo para provocar un diálogo al interior de una radiorevista. Y sirve para públicos infantiles y también adultos.

QUINTO PASO:
VALIDAR EL TEXTO

Este paso se lo suelen saltar muchos y muchas. Confiados en su experiencia o en su originalidad, dan por supuesto la claridad y el encanto del radioclip. Pero la vida te da sorpresas y la radio también. ¿Qué tal si lo validamos?

Algunos prefieren hacer la validación cuando ya todo está grabado. Puede ser. Otros preferimos chequear el libreto antes del esfuerzo que supone grabar voces y hacer el montaje con música y efectos. En todo caso, lo importante es que, antes o después, unos ojos y unos oídos distintos a los tuyos lo lean o escuchen.

La validación se puede hacer con los compañeros y compañeras de la emisora. O con unos cuantos amigos. O, si tenemos más tiempo y ganas, haciendo un *focus group* con algunos oyentes.

¿Qué tenemos que validar? Veamos algunas preguntas:

- ¿Queda claro el mensaje? ¿Se entiende bien lo que queremos decir?
- ¿Se te hizo largo el programa? ¿Te aburrió?
- ¿Te gustó? ¿Te hizo reír, te hizo llorar, despertó en ti algunas emociones?
- ¿Piensas que este programa ayuda a construir nuevos valores en la relación de hombres y mujeres? ¿Aporta para una nueva sociedad?
- ¿Hay algo en el texto que te molesta, que cambiarías?

Con preguntas sencillas podemos recibir buenas pistas para mejorar el libreto. Tampoco es que haya que hacer caso a todas las sugerencias. A veces, nos topamos con personas muy detallistas o con ideas peregrinas. No importa. Escúchalas y luego toma las decisiones que consideres. En la vida no hay que ser terco, pero tampoco complaciente. Ni tanto ni tan calvo, como decía el malabarista.

SEXTO PASO: GRABAR LAS VOCES

¿Cuál es la clave de una buena interpretación dramática? Una mejor caracterización. Es decir, el actor y la actriz deben meterse en el carácter del personaje asignado. Meterse en su pellejo. Quienes actúan, tienen que imaginar al personaje, verlo interiormente, sentirlo, hablar como él hablaría, gustar de ese papel.

La regla de oro de la actuación ante el micrófono es la naturalidad. Aunque estás leyendo un libreto, no puede "sonar a leído". Tienes que leer como si estuvieras hablando, conversando.

Para lograr esto, no hay que limitarse a lo que está escrito en el libreto. Aquí van tres trucos para que la actuación gane en fluidez y en ritmo:

- ***Encadenar los diálogos.*** Los actores y actrices no pueden pisarse en los finales de las frases. Dificultaríamos la comprensión. Pero tampoco pueden esperarse, dejando baches. Ni montados ni descolgados: como jugando ping-pong, bien acoplados.

- ***Parafrasear el propio libreto.*** Los actores y actrices, aunque siguen los diálogos del libreto, deben tener libertad para añadir palabras de su cosecha, duplicar algunas expresiones, titubear otras, meter pequeños contrabandos que flexibilizan el texto. Con este parafraseo se logra mucha frescura en la interpretación.

- ***Apostillar el libreto ajeno.*** Un actor o una actriz debe hacerse sentir cuando otros dialogan con él. Así ocurre en la conversación común, especialmente en la telefónica: si alguien me está hablando, yo me hago presente con expresiones mínimas de apoyo o de interés: *ajá... eso... ¿sí?... hummm... desde luego...* Apostillar no es algo mecánico. Requiere mucha atención al diálogo para hacerlo oportunamente. En cine o en televisión este recurso no es tan necesario. En radio, sí. La naturalidad de una escena depende, en buena medida, de este truco.

Quien dirige la grabación debe conocer perfectamente el libreto que va a grabar. Lo ha leído una vez, dos veces, lo ha subrayado, conoce con claridad la intención del autor. Antes de entrar a cabina, ensayará con los actores repasando el texto. Es el momento de marcar bien la interpretación. A medida que se va leyendo el libreto, indicará las palabras que deben subrayar, las frases de doble sentido, dónde enfatizar la actuación de este personaje o del otro, etc.

En cabina, ya con micrófonos, grabará un par de veces el libreto. O si es necesario más. Hay quien prefiere grabar de seguido todo el texto. Y luego repetir. Hay quien prefiere grabar por escenas y no pasar a la segunda sin haber asegurado la primera.

Siempre que pare la grabación, el director o directora explicará la causa. Si se ha debido a una falla técnica, dígalo. Si quiere que los actores repitan, márqueles la intención que quiere. Los directores que sólo dicen ¡otra vez! corren el riesgo de un elenco desalentado, que repite sin saber por qué, y que acaba interpretando igual o peor.

El director o directora debe crear un buen ambiente entre actores y actrices antes de comenzar a grabar. Debe armarse de una buena dosis de paciencia. Aun en las situaciones más crispadas, mantendrá el buen humor y nunca transmitirá su nerviosismo a los actores.

El director o directora sabe felicitar al elenco cuando interpreta bien. Y sabe corregir sin agresividad y dando pautas concretas para mejorar su trabajo.

El técnico que graba estará muy atento a los volúmenes de voces, ruidos de papeles, los planos, los efectos que pueden adelantarse en cabina, todos los recursos que intervienen en la grabación.

Como los radioclips son cortos, puedes juntar varios libretos y los grabas en una sola convocatoria de actores y actrices.

En los anteriores radioclips, fíjate bien cómo actúan e interactúan quienes graban. Fíjate cómo desfiguran un poco la voz quienes personifican a los distintos órganos del cuerpo. Y el que hace de Bush. A actuar se aprende actuando. Pero también escuchando a colegas.

SÉPTIMO PASO: PONER EFECTOS SONOROS

Ya tenemos grabadas las voces de actores y actrices. Ahora comenzamos la edición.

El primer paso consiste en seleccionar las mejores escenas. Este trabajo es decisivo y lo recomendable es que quien haya dirigido la grabación esté junto al técnico a la hora de realizarlo.

Con los actuales editores de audio podemos hacer maravillas. Ecualizar volúmenes, quitar pausas inútiles, cortar ruidos y respiraciones que ensucian la grabación, trasladar a esta escena una frase que salió mejor en otra, añadir pequeñas morcillitas para conseguir más naturalidad, hasta comprimir un poco la duración del programa sin que el oyente lo perciba.

Cuando ya tenemos la pista final de voces, podemos incorporar los efectos sonoros. Algunos efectos se habrán hecho durante la misma grabación. Por ejemplo, un toque de puerta, pasos, un bofetón, un beso, un brindis, murmullos, gritos, etc. Todo lo que puedas resolver con tus propios recursos resultará mejor que si tomas los efectos de archivo. Porque haciendo el efecto en cabina, puedes acompañar la acción, darle más o menos intensidad, hacerla más verosímil. Esto vale especialmente para los murmullos, risas y otros ruidos de gentío. Quienes no estén actuando en ese momento, pueden estar en cabina y apoyar la escena. Pueden hacer leves toses o cuchicheos, si la escena transcurre en una reunión o una asamblea. O aplausos entusiastas en un mitin político. Quien dirige irá señalando a los “ambientadores” para que suban o bajen el volumen, para que se alejen o acerquen a los micrófonos.

Otros efectos los tomaremos del archivo de efectos. Veamos algunos tips para colocarlos.

Lo primero es no abusar de los efectos. El abuso puede darse por poner demasiados o por ponerlos demasiado altos. Basta con seleccionar los efectos más expresivos. Poniendo pajaritos ya tienes un ambiente de campo. No hace falta añadir vacas, ovejas, caballos y chivos.

El abuso puede darse por el volumen de los efectos. Con frecuencia, los ponemos demasiado altos y estorban la comprensión de las voces. Otras veces, los dejamos solos, como si fueran un personaje más. Por ejemplo, suena el serrucho de un carpintero mientras trabaja. Si suena solo, sin diálogo que lo acompañe, la escena se alarga y pierde ritmo. La mayoría de los efectos acompañan los diálogos en segundos y terceros planos.

Por cierto, hablando de efectos no nos vendrá mal esta adivinanza: ¿qué es lo correcto en radio, decir el gallo cantó y luego sonar el kikirikí? ¿O al revés, kikirikí y luego el gallo cantó? Algún listo estará pensando que la disyuntiva es falsa. Porque si pongo el cantar del gallo, sobra el narrador que lo explicite. Es cierto. En muchos casos es así. Pero hay otros muchos en que, a más del efecto, viene bien una palabra que lo acompañe. Vuelvo a la adivinanza: ¿cuál va primero?

Ciertamente, el efecto de sonido. El kikirikí debe ir primero. Porque el efecto ocurre en la escena. Y la escena representa la realidad. El narrador la evoca, no puede adelantarse a ella. Montando al revés (primero el narrador y luego el efecto) perdemos ritmo y aniñamos el relato. Pruebe a hacerlo y verá los resultados. Es por eso que las narraciones infantiles usan mucho esa inversión: Pepito estornudó... ¡ACHÍS!... Mariquita fue a darle un beso a su mamá... ¡MUAAÁ!

Fíjate en los efectos que pusimos en el radioclip de los automóviles hambrientos, los chirridos de llantas, los disparos para recordar la violencia en Haití. Y los que pusimos para hacer pequeña a la niña que visitará el cuerpo de Juan Comilón. Todo su viaje está acompañado de golpes y ruidos ambientadores.

¿De dónde sacar los efectos de sonido? En la RadiosLibres.net tienes una amplia colección. Y gratuitos.

OCTAVO PASO: MUSICALIZAR

Música: territorio del corazón. Dijimos que los efectos crean el escenario sonoro, despiertan en el oyente las imágenes auditivas, le hacen ver con la imaginación. En cuanto a la música, ésta crea otro escenario, el emotivo. Hace sentir con la piel, con los cinco sentidos. La música contribuye decisivamente al clima emocional de la obra.

¿Cuándo y cómo usar la música en un radioclip? Veamos estas tres utilidades básicas:

Para separar las escenas

En el teatro, se suben y bajan los telones para separar los actos de una obra. En radio, tal vez por ser más cotidiana, preferimos llamarles cortinas. Las cortinas o separadores musicales de las escenas duran unos pocos segundos. Si queremos una transición más rápida, entonces indicaremos "ráfaga musical". O "golpe musical". En todo caso, la música nos sirve para enlazar unas escenas con otras, separarlas y unirlas al mismo tiempo.

Las cortinas transmiten sentimientos, sensaciones. Según la intención del radioclip, servirán para describir ambientes o para expresar las emociones de los personajes.

Fíjate en la música sobreactuada que empleamos en el radioclip de los Automóviles Hambrientos para separar la escena de Bush y las otras más dramáticas para sugerir la depredación de los biocombustibles.

Para subrayar una escena

Los fondos musicales son muy útiles para destacar los estados de ánimo de los personajes, su interioridad. Por eso mismo, resérvalos para momentos fuertes, en los clímax del argumento.

Un criterio básico para los fondos es la sobriedad. La música es como el azúcar: mejor quedarse con ganas que empalagado.

Otro criterio importante de musicalización: la música se anticipa a la acción, precede al diálogo de los personajes. Es decir, no comienzo la música romántica cuando ya se están dando el beso, sino antes, cuando no se sabe lo que va a ocurrir, aunque se sospecha. Tampoco pondré el fondo de suspense cuando el asesino mata a la vieja, sino cuando está subiendo la escalera.

Fíjate en los fondos musicales cómicos con que acompañamos todo el viaje de la niña en el interior del cuerpo del desdichado Juan Comilón.

Para ambientar una escena

Una tercera función de la música es la ambientación del lugar o el tiempo donde transcurre la escena. Por ejemplo, si la historia sucede en el altiplano de Bolivia, las quenas y las zampoñas nos llevarán a ese ambiente indígena. Si la acción pasa una catedral pondremos un órgano y cantos gregorianos. Las escenas de guerra del siglo pasado irán con marchas militares antiguas. Y para un ambiente erótico, que no falte el jazz o un bolero.

En el radioclip de los transgénicos, fíjate en la música andina cuando se habla de la papa, la china cuando se habla del arroz y la del film Terminator al referirse a las semillas "terminator". En el radioclip de los Automóviles Hambrientos, una música de la India acompañará las declaraciones del ministro.

Veamos algunos criterios para seleccionar la música de nuestras cortinas, fondos y temas musicales:

- Que sea instrumental. La cantada, distrae. Y si es una melodía muy conocida o muy de moda, distrae doblemente.
- Que sea apropiada a la época o lugar. Un drama en Colombia no va a ambientarse con chacareras, ni otro en Argentina con vallenatos.
- Que el conjunto sea armónico. No se trata de hacer una ensalada musical tomando cortes de diferentes géneros, ritmos y autores. A veces, con un mismo disco, o incluso con una sola pieza, se pueden lograr todos los sentimientos que queremos expresar en nuestro drama.

NOVENO PASO:
SACAR EL PROGRAMA AL AIRE

Ya tenemos listo nuestro radioclip: voces, efectos y música. Y todo bien masterizado.

Hemos hecho un buen esfuerzo para producir nuestro programa, incluso lo hemos validado y estamos satisfechos con el resultado. Ahora toca sacarlo al aire.

Seríamos botarates si lo transmitimos así nomás. Y luego lo guardamos en el archivo de la emisora.

De ninguna manera. Estos micros son dinamizadores en una radiorevista o en un informativo. Quienes animan el espacio, los difundirán con una pequeña introducción. Y después de hacerlos escuchar, los aprovecharán con un comentario sobre el tema planteado, una entrevista con un invitado o invitada que conozca el asunto, una encuesta telefónica, hasta un debate con posiciones opuestas. El radioclip es como una naranja. Hay que exprimirla y sacar un sabroso jugo de naranja.

Los radioclips tienen otra ventaja, que mantienen su vigencia. En Radialistas llevamos más de una década produciéndolos y los primeros, los del 2001, siguen siendo válidos. Una noticia pierde actualidad de un día a otro. Un radioclip bien hecho la mantiene a lo largo de los años. Haz que el archivo de tu emisora no sea un cementerio de audios muertos, sino una casa viva donde duermen un tiempo y se vuelven a despertar.

DÉCIMO PASO: INTERCAMBIARLO CON RADIALISTAS

Nosotros creemos en la cultura libre, en el copyleft, en los contenidos socializados. Por supuesto, ponle el crédito a tu radioclip y confía en que con las licencias Creative Commons los demás colegas lo respetarán.

¿No prefieres que tu producción suene en otras emisoras, en otros países, que mucha gente escuche lo que hiciste, que mucha audiencia desarrolle valores de justicia, de respeto a los derechos humanos, a través del mensaje de tu radioclip? No seas un radialista tacaño. No te quedes con el radioclip solo para tu emisora.

Hoy todos y todas podemos ser corresponsales de todos y todas. Podemos intercambiar nuestras producciones a través de la web. Tenemos en la RADIOTECA (www.radioteca.web) un portal para el trueque libre y gratuito de audios y una red social para que, como radialistas, nos conozcamos y mejoremos nuestras programaciones con los radioclips y todo tipo de formatos que otros compañeros y compañeras realicen.

La tecnología moderna nos permite, más que nunca, ser idealistas. Radialistamente generosos. Apasionadamente generosas.

DESPEDIDA

Y así llegamos al final de esta guía para conocer un poco más del género dramático y del formato que hemos llamado radioclip. Esperamos que les haya sido de provecho.

Y que pronto, en Radialistas, empecemos a recibir muchas muestras de radioclips producidos por ustedes. ¡Los esperamos!

José Ignacio López Vigil
Radialistas



Editando un audio, uno de los pasos para realizar un radioclip.

Colección “Producciones Radiofónicas en Derechos y Ciudadanía”

Guía 1: Género Dramático: 10 pasos para hacer un RadioClip

Radioteca: Red Social de Radialistas
http://radioteca.net

Radialistas Apasionadas y Apasionados
http://radialistas.net

Hivos: People Unlimited
http://hivos.org/